

中心市街地の活性化に関する アンケート調査結果

《概 要 版》

令和4年12月

中心市街地の活性化に関するアンケート調査結果（概要版）

1. アンケート調査の趣旨

市民等が中心市街地に求める機能（業種やサービス等）などのニーズを把握し、今後の中心市街地のまちづくりに活かしていくためアンケート調査を実施した。

2. 対象者等

対 象 者	実施期間	配布数	回答者数	回答率
18 歳以上の中心市街地居住者 （無作為抽出）	令和 4 年 10/24～11/15	1,000 人	530 人	53.0%
18 歳以上 35 歳以下の市民 （無作為抽出）	令和 4 年 10/24～11/15	1,000 人	377 人	37.7%
有明工業高等専門学校・帝京大学 福岡キャンパスの全学生	令和 4 年 10/26～11/15	2,337 人	302 人	12.9%
商店街振興組合等加入者 （新栄町・銀座通・築町・栄町）	令和 4 年 10/26～11/15	46 人	39 人	84.8%

※調査票は対象者ごとに異っており、共通の項目、独自の項目がそれぞれある。

3. 調査結果・見方の留意点

- ・設問には単一回答と複数回答がある。単一回答の場合、比率（％）はサンプル数を 100％として算出している。また比率は小数点第 2 位を四捨五入しているため合計が 100％にならない場合がある。
- ・複数回答の場合は、サンプル数に対する回答数の比率（％）を表しており、回答者全体からみて、何％がその選択肢を選んでいるのかということになる。したがって、各選択肢の比率の合計は 100％にはならない場合がある。

4. 調査結果

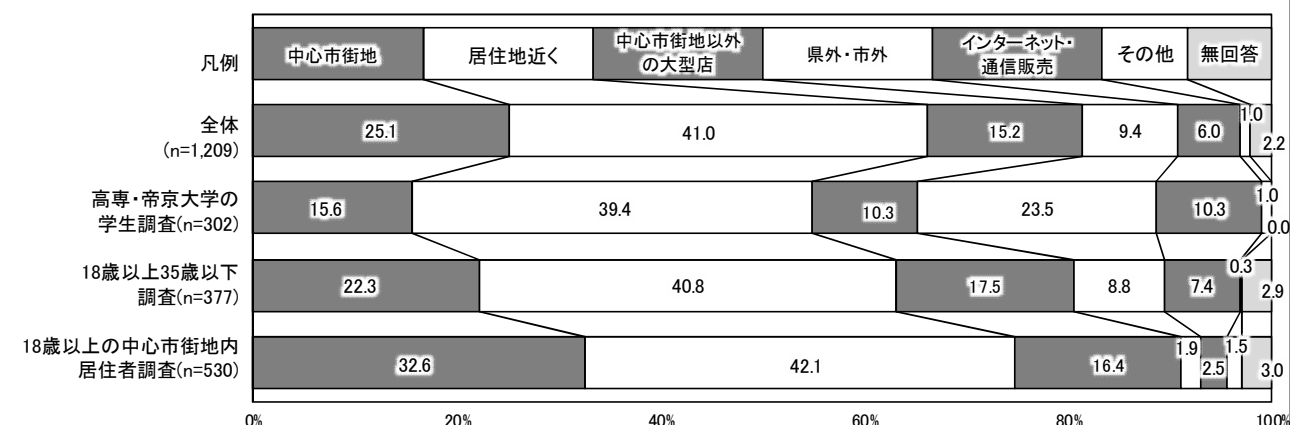
(1) 中心市街地の現況

① 普段の買い物場所とその理由

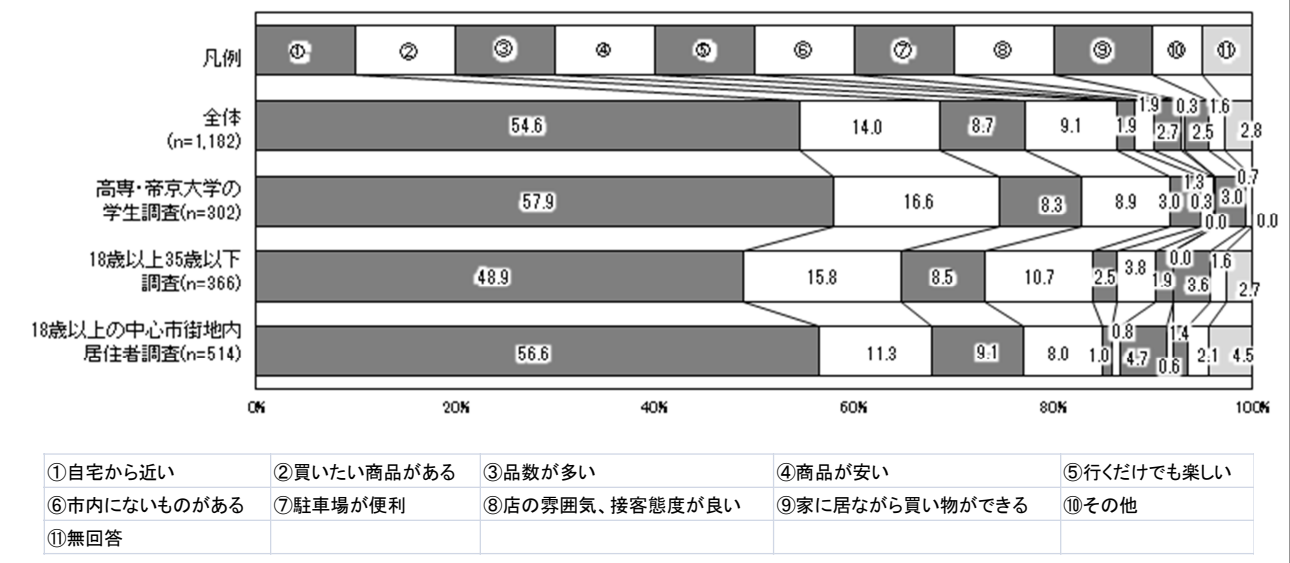
全体で見ると、普段の買い物は「居住地近く（41.0%）」が最も高く、次いで「中心市街地（25.1%）」である。また、その場所を選ぶ理由は、「自宅から近い（54.6%）」が最も高く、次いで「買いたい商品がある（14.0%）」である。

普段の買い物を「中心市街地」で行う人が、その場所を選ぶ理由は「自宅から近い（55.3%）」であるのに対し、「中心市街地以外の大型店」で行う人は、「買いたい商品がある（22.3%）」が最も高い。「中心市街地以外の大型店」に行く人は、商品の魅力を感じて買い物の場を選んでいることが伺える。

■あなたが普段買い物をされている場所をお答えください。

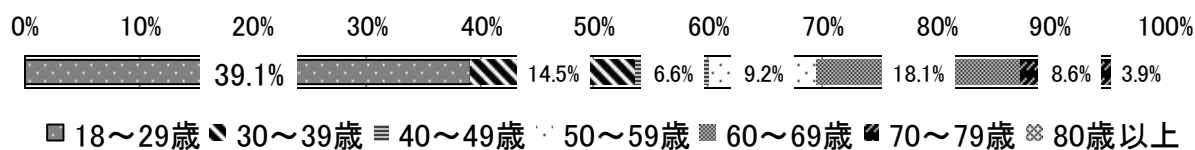


■その場所を選ばれる理由

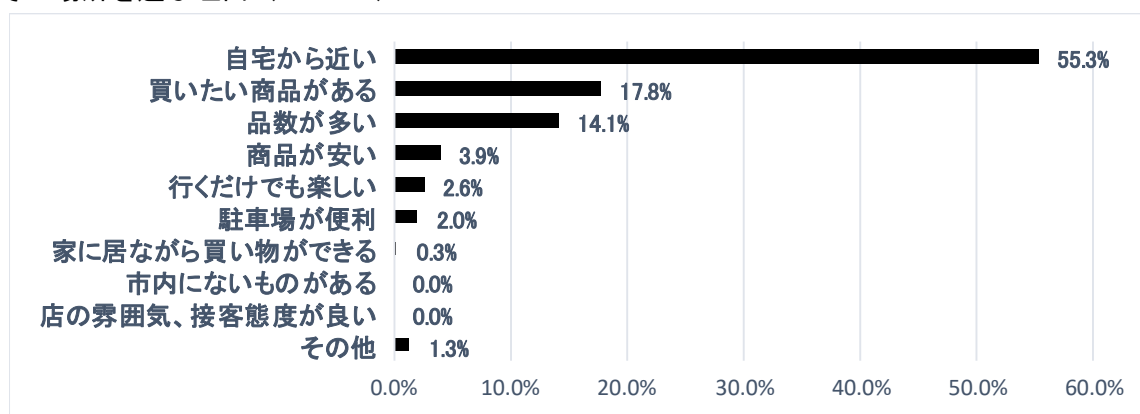


■ 普段の買い物を中心市街地で行う人

○ 年齢層 (n=304)

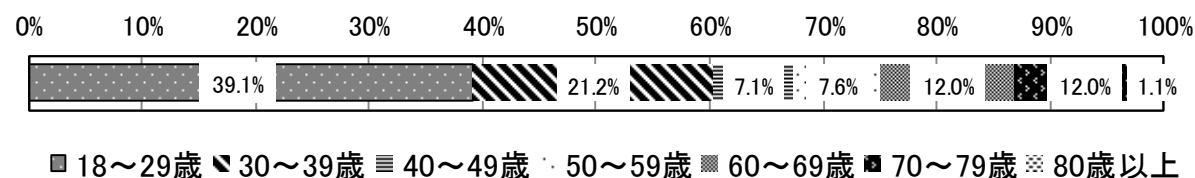


○ その場所を選ぶ理由 (n=304)

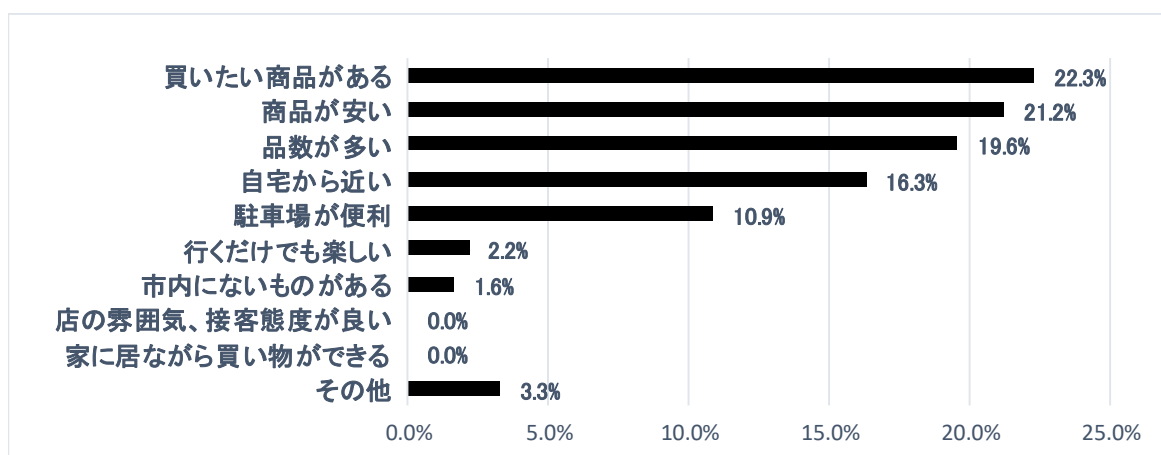


■ 普段の買い物を中心市街地以外の大型店で行う人

○ 年齢層 (n=184)



○ その場所を選ぶ理由 (n=184)

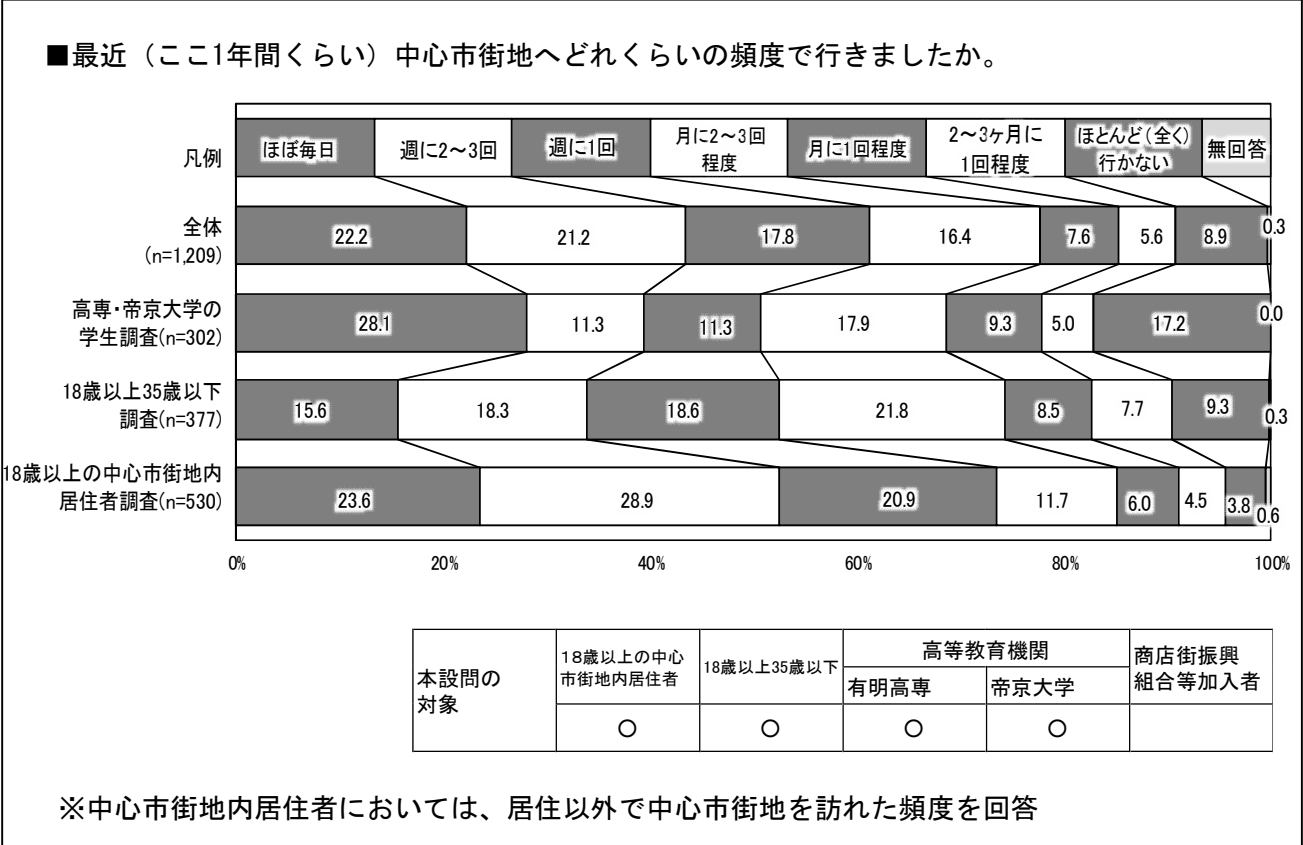


本設問の 対象	18歳以上の中心 市街地内居住者	18歳以上35歳以下	高等教育機関		商店街振興 組合等加入者
			有明高専	帝京大学	
	○	○	○	○	

② 中心市街地を訪れる頻度

全体で見ると、中心市街地を訪れる頻度は、「ほぼ毎日（22.2%）」が最も高く、6割以上（61.2%）が週1回以上訪れている。

「18歳以上35歳以下の市民」では、「月に2～3回程度（21.8%）」の割合が最も高く、一方で、「ほぼ毎日（15.6%）」が他の対象者と比べて低く、中心市街地を訪れる頻度が少ないことが伺える。



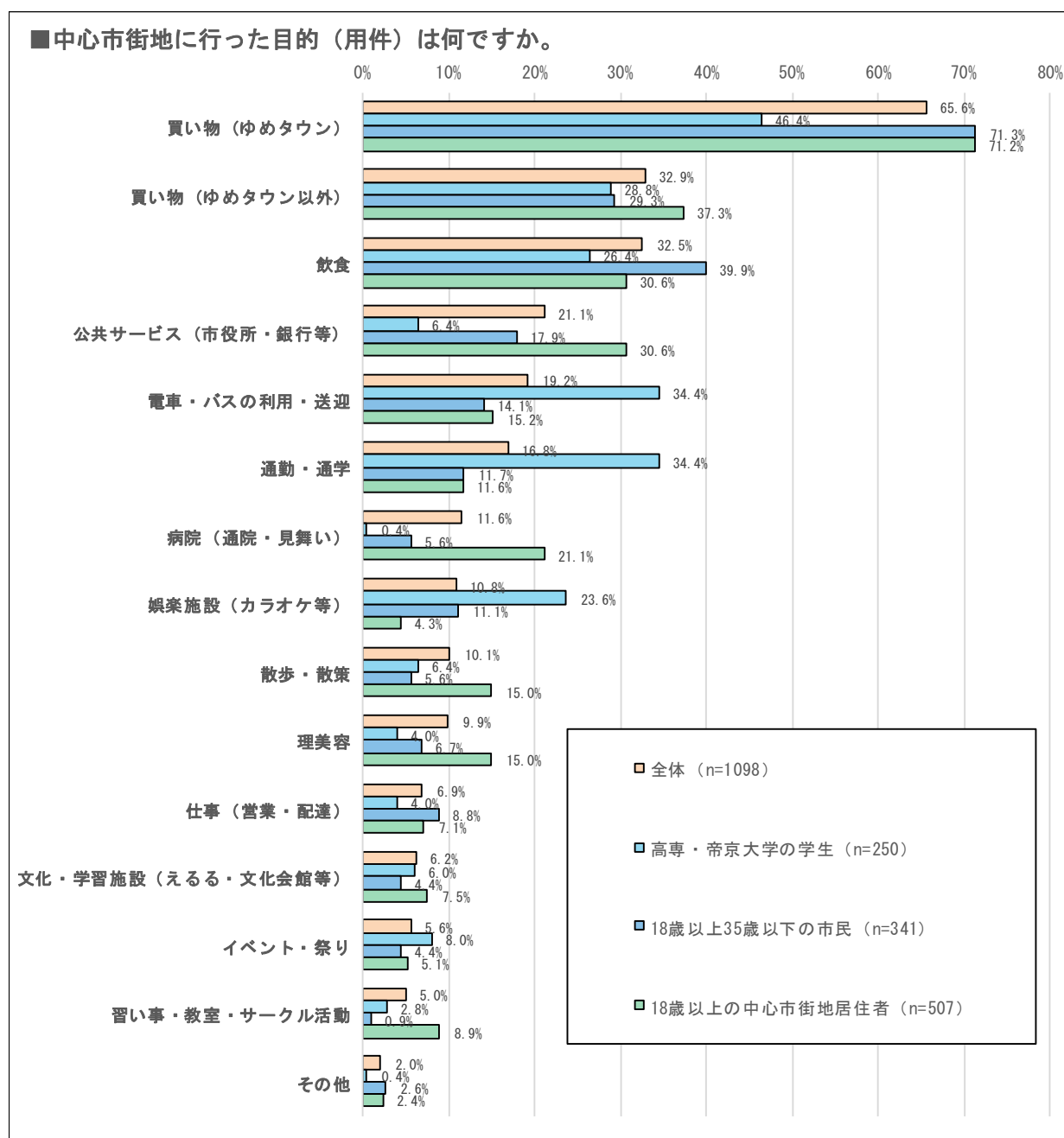
③中心市街地を訪れる主な目的

全体で見ると、中心市街地を訪れる主な目的は、「買い物（ゆめタウン）（65.6%）」が最も高く、集客力の高さが伺える。「18歳以上35歳以下の市民（71.3%）」や「中心市街地居住者（71.2%）」では、7割以上を占めている。

次に高いのは、「買い物（ゆめタウン以外）（32.9%）」や「飲食（32.5%）」であり、中心市街地に多くの飲食店があることや、個店が買い物の場として求められていることが伺える。

また、「18歳以上35歳以下の市民」では「飲食（39.9%）」、「高専・帝京大学の学生」では「娯楽施設（23.6%）」が、他の対象者と比べて高くなっており、若者を集客するための要素となることが伺える。

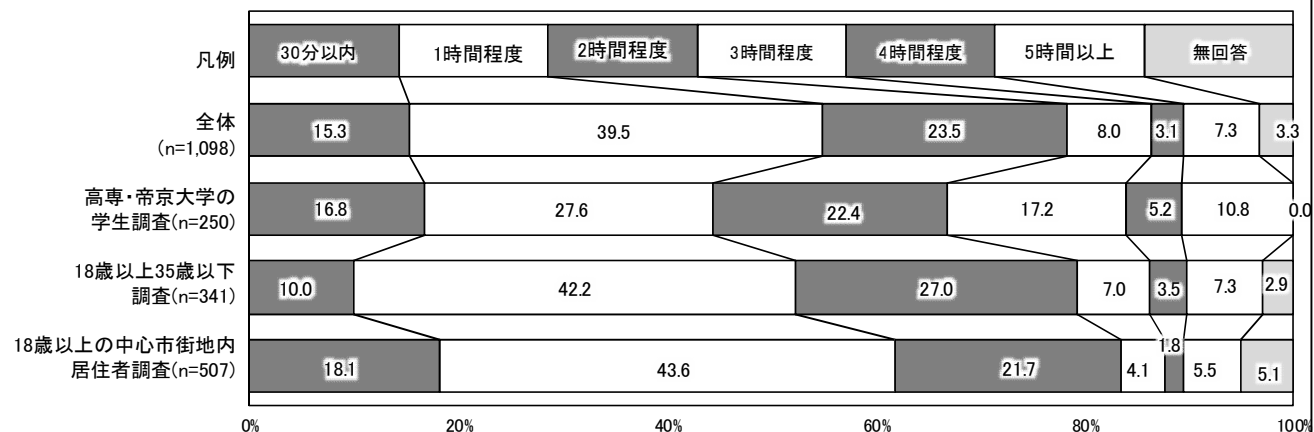
一方で、全対象者において、「習い事・教室・サークル活動（5.0%）」や「イベント・祭り（5.6%）」が低くなっている。



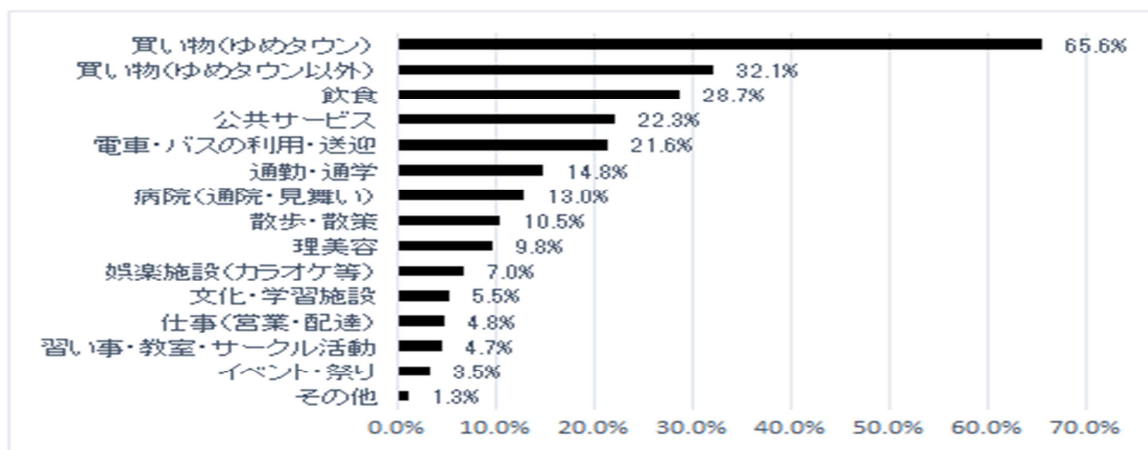
④ 中心市街地での滞在時間

全体で見ると、滞在時間が「1 時間程度（39.5%）」の割合が最も高い。また、滞在時間が「2 時間程度以下」と「2 時間程度以上」を見ると、共に「買い物（ゆめタウン）」が最も高いが、「2 時間程度以上」では、「飲食（40.0%）」を目的としている割合も高い。

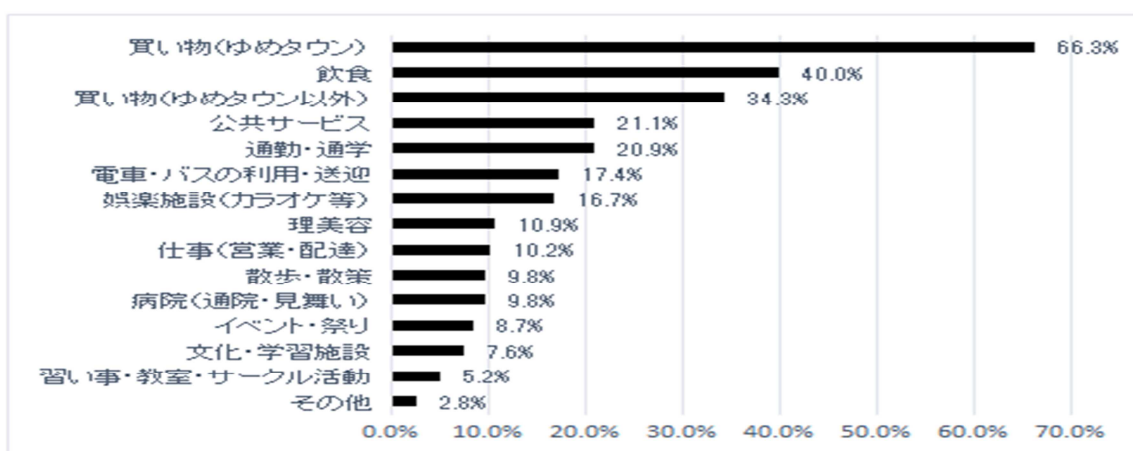
■ 中心市街地での滞在時間はどのくらいですか。



■ 滞在時間が 2 時間程度以下の人の主な目的 (n=602)



■ 滞在時間が 2 時間程度以上の人の主な目的 (n=460)



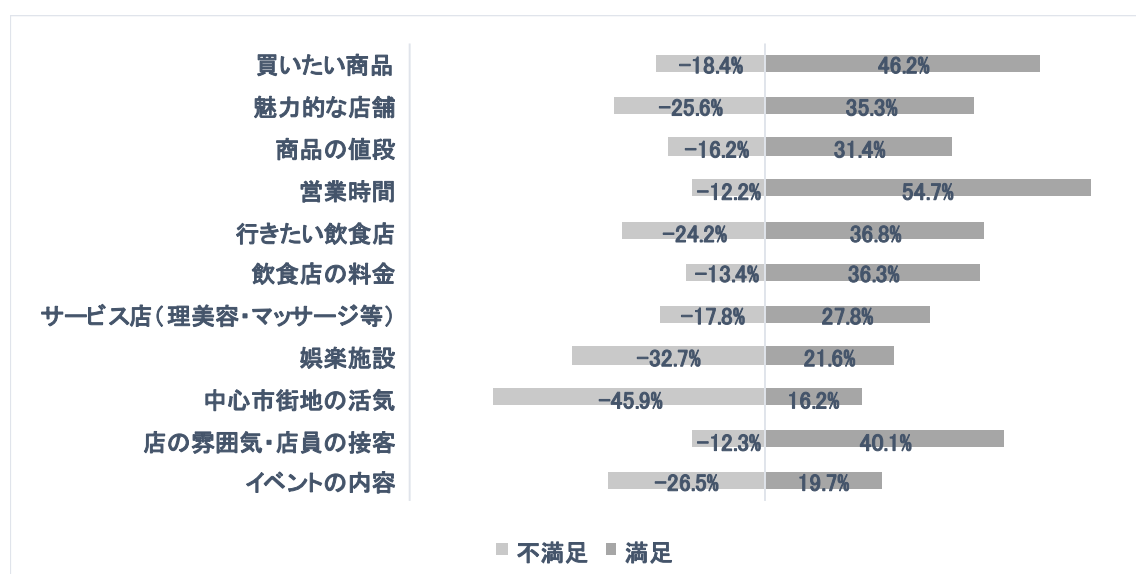
本設問の 対象	18歳以上の中心 市街地内居住者	18歳以上35歳以下	高等教育機関		商店街振興 組合等加入者
			有明高専	帝京大学	
	○	○	○	○	

⑤ 中心市街地の満足度

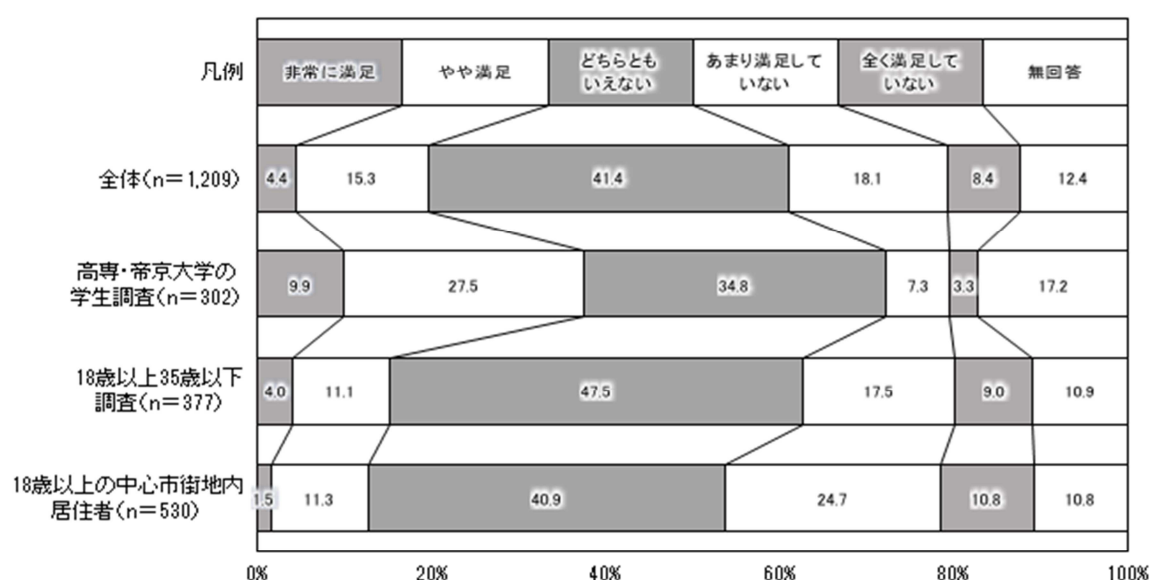
全体で見ると、満足（「非常に満足」と「やや満足」の合計）は、「営業時間（54.7%）」や「買いたい商品（46.2%）」で高い。

一方で、「中心市街地の活気（16.2%）」や「イベントの内容（19.7%）」の満足が低く、活気を生むためのイベントの必要性が伺える。特に、「イベントの内容」は、「中心市街地居住者」や「18歳～35歳以下の市民」において低くなっている。

■ 中心市街地の商業機能・サービスについてどのくらい満足していますか（n=1,209）。



■ 中心市街地の商業機能・サービスについてどのくらい満足していますか【イベントの内容】



本設問の対象	18歳以上の中心市街地内居住者	18歳以上35歳以下	高等教育機関		商店街振興組合等加入者
	有明高専	帝京大学			
	○	○	○	○	

⑥まとめ（考察）

普段の消費行動や中心市街地への来訪状況を見ると、買い物場所は「自宅に近い」という理由から「居住地近く」を選ぶ割合が4割を超える。次に「中心市街地」の割合が高く、その6割以上が週1回以上訪れている。しかし、若い世代ではその割合が下がり、世代によって異なることが伺える。

中心市街地を訪れる主な目的は、「買い物（ゆめタウン）」が圧倒的に多く、集客力があることが伺える。次いで、「買い物（ゆめタウン以外）」や「飲食」が続き、中心市街地での滞在時間が2時間を超える人の来訪目的は「飲食」の割合が高い。一方で、イベントを目的に訪れる若者が少ないことから、若者を惹きつけるイベント開催の必要性が伺える。

中心市街地の満足度では、「営業時間」や「買いたい商品」への満足度は比較的高いが、「中心市街地の活気」や「イベントの内容」に対する満足度は低い。特に、若い世代において、「イベントの内容」に対する満足度が低い状況にある。

(2) 中心市街地に求めるもの

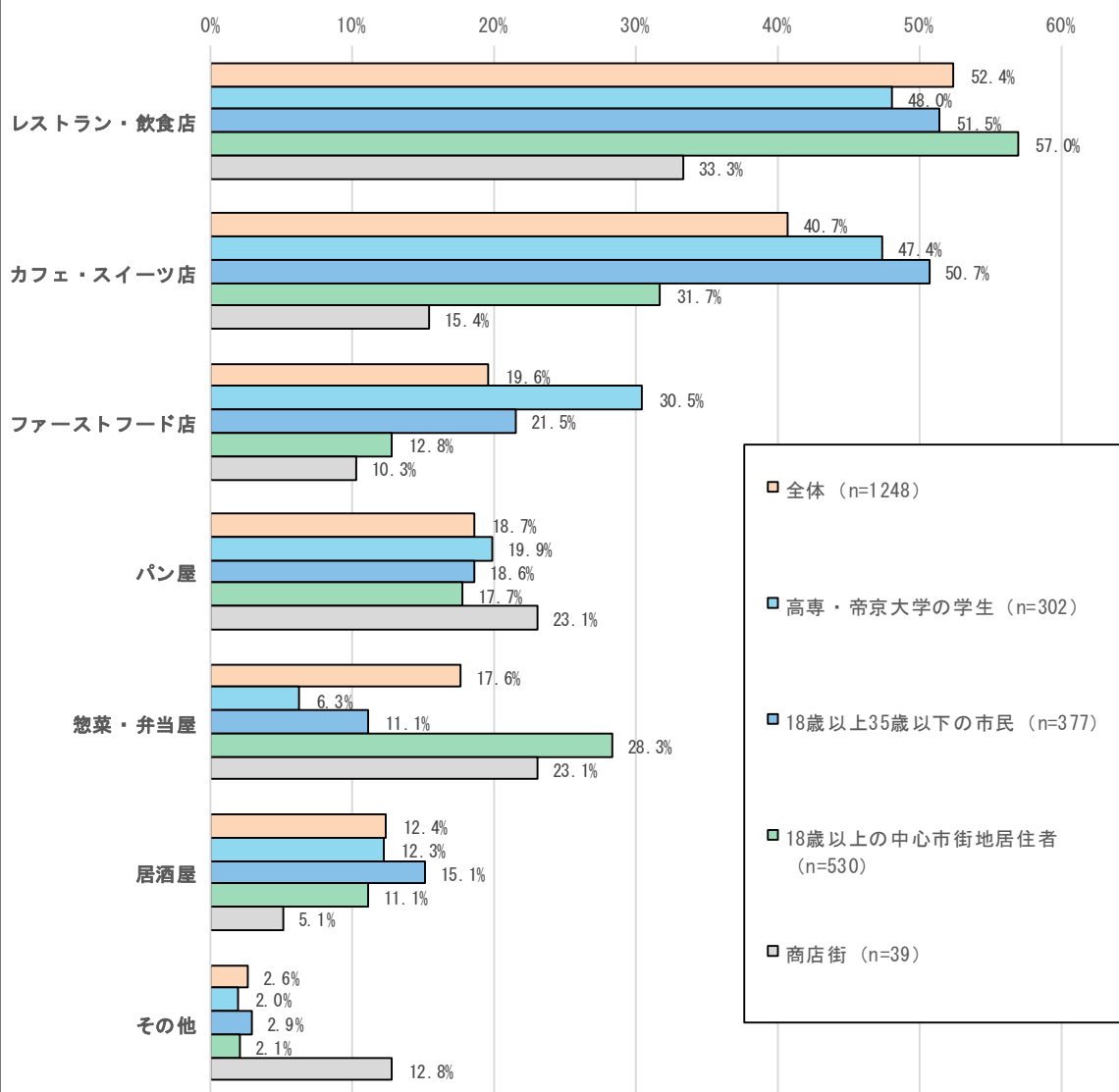
① 食べる

全体で見ると、「レストラン・飲食店（52.4%）」が最も高く、これに「カフェ・スイーツ店（40.7%）」、「ファーストフード店（19.6%）」が続いている。

「中心市街地内居住者」では、「レストラン・飲食店（57.0%）」が最も高く、「惣菜・弁当屋（28.3%）」の割合が、他の対象者と比べて高くなっている。

一方、「高専・帝京大学の学生」では、他の対象者と比べて、「カフェ・スイーツ店（47.4%）」と「ファーストフード店（30.5%）」の割合が高い。「18歳以上35歳以下の市民」でも、「カフェ・スイーツ店（50.7%）」が高くなっており、世代によって求めるものが異なることが伺える。

■【食べる】中心市街地に充実して欲しい商業機能・サービス



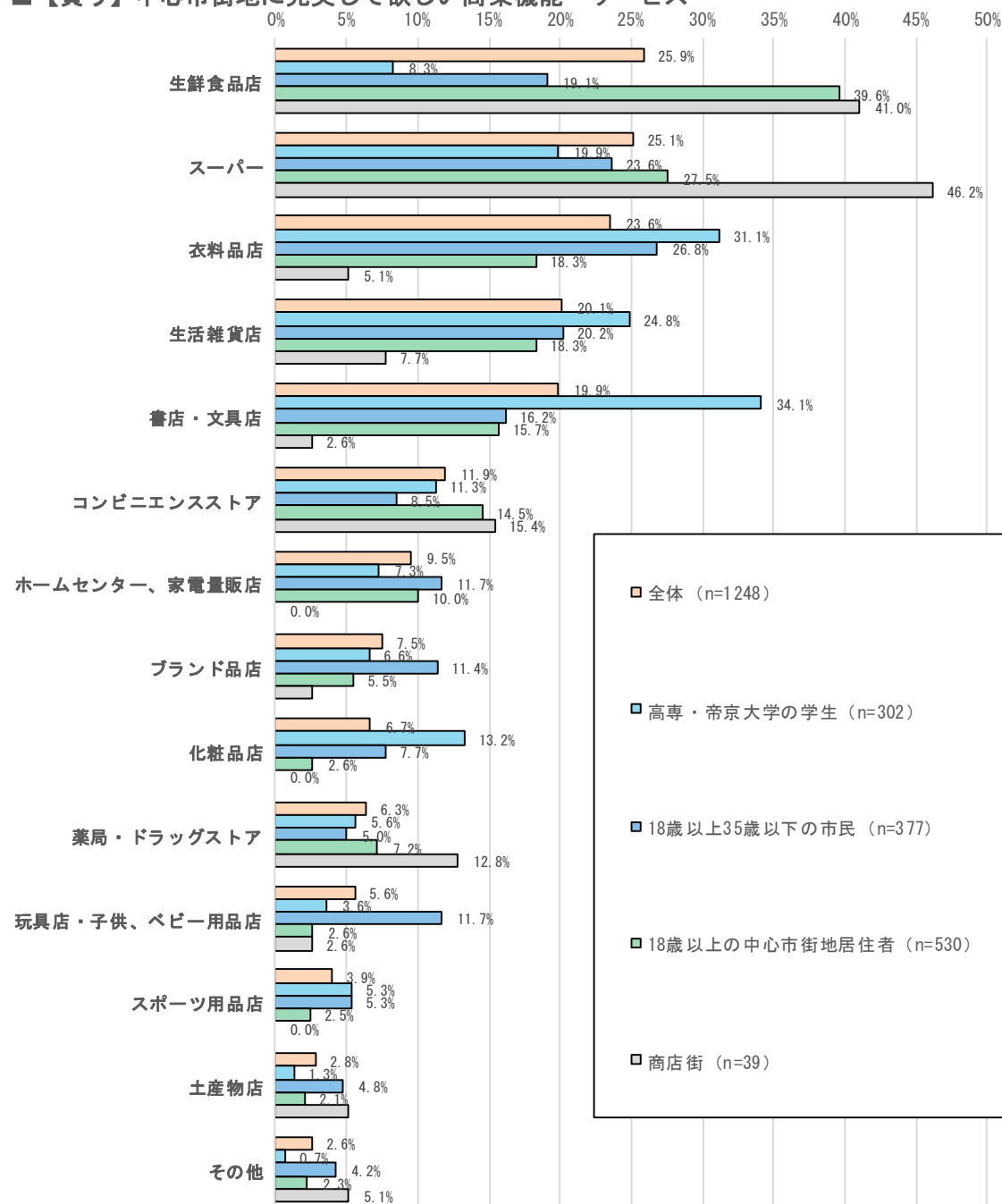
本設問の 対象	18歳以上の中心 市街地内居住者	18歳以上35歳以下	高等教育機関		商店街振興 組合等加入者
			有明高専	帝京大学	
	○	○	○	○	○

②買う

全体で見ると、「生鮮食品店（25.9%）」が最も高く、これに「スーパー（25.1%）」が続いており、最寄り品の業種が高い割合となった。

「中心市街地内居住者」や「商店街振興組合等加入者」でも、「生鮮食品店」や「スーパー」の割合が高いが、一方で、「高専・帝京大学の学生」や「18歳以上35歳以下の市民」では、「衣料品店」や「生活雑貨店」の割合が他の対象者と比べて高く、買回り品を求めていることが伺え、居住地や世代によって、求めるものが異なることが伺える。

■【買う】中心市街地に充実して欲しい商業機能・サービス



本設問の 対象	18歳以上の中心 市街地内居住者	18歳以上35歳以下	高等教育機関		商店街振興 組合等加入者
			有明高専	帝京大学	
	○	○	○	○	○

③楽しむ

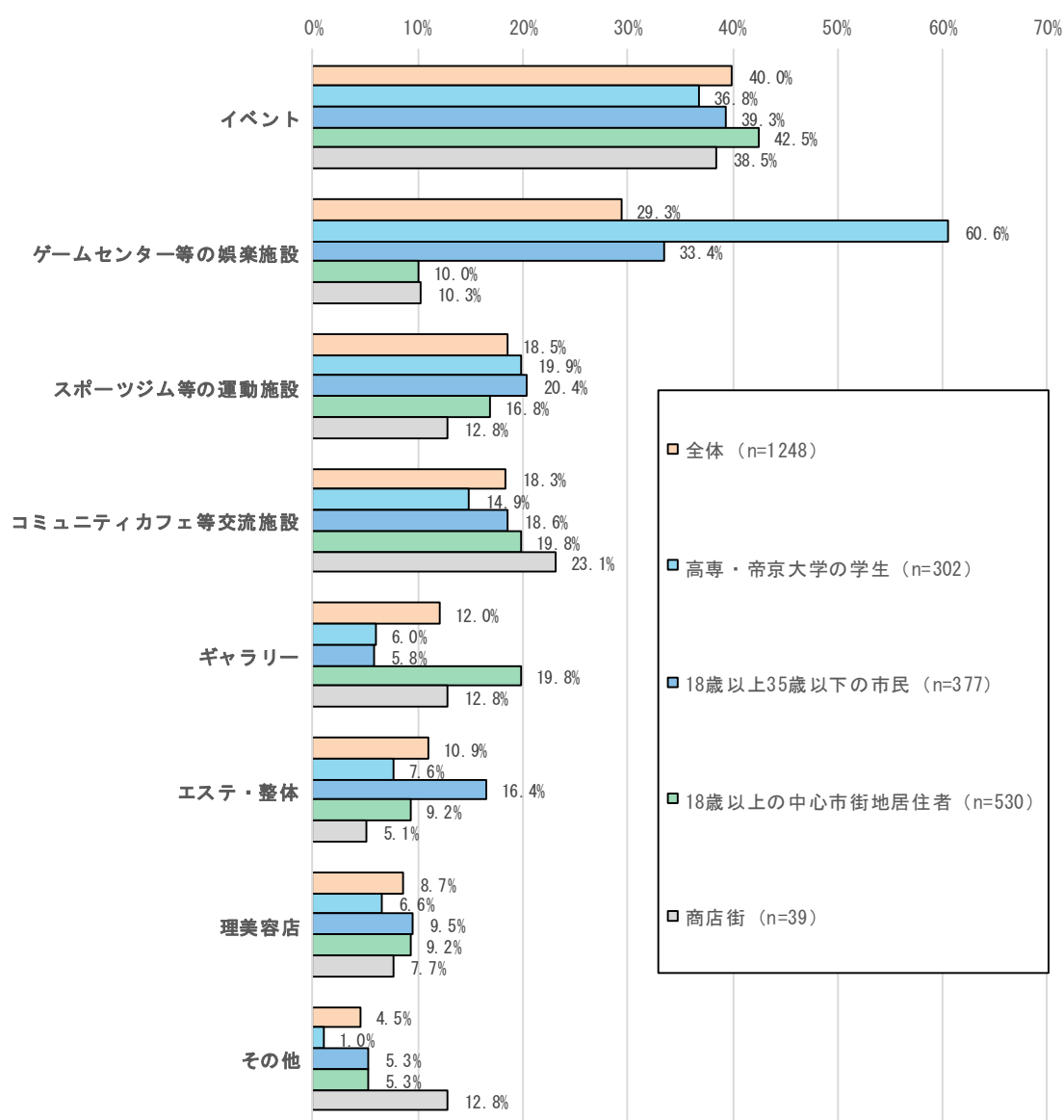
全体で見ると、「イベント（40.0%）」が最も高く、次に、「ゲームセンター等の娯楽施設（29.3%）」、「スポーツジム等の運動施設（18.5%）」が続いている。

「中心市街地内居住者」では、「イベント（42.5%）」や「ギャラリー（19.8%）」が、他の対象者と比べて高くなっている。

一方で、「高専・帝京大学の学生」では、「ゲームセンター等の娯楽施設（60.6%）」の割合が特に高く、反対に「コミュニティカフェ等交流施設（14.9%）」割合が低くなっている。

中心市街地には、「イベント」が幅広い世代で求められているとともに、若い世代では、特に「ゲームセンター等の娯楽施設」が求められていることが伺える。

■【楽しむ】中心市街地に充実して欲しい商業機能・サービス



本設問の対象	18歳以上の中心市街地内居住者	18歳以上35歳以下	高等教育機関		商店街振興組合等加入者
			有明高専	帝京大学	
	○	○	○	○	○

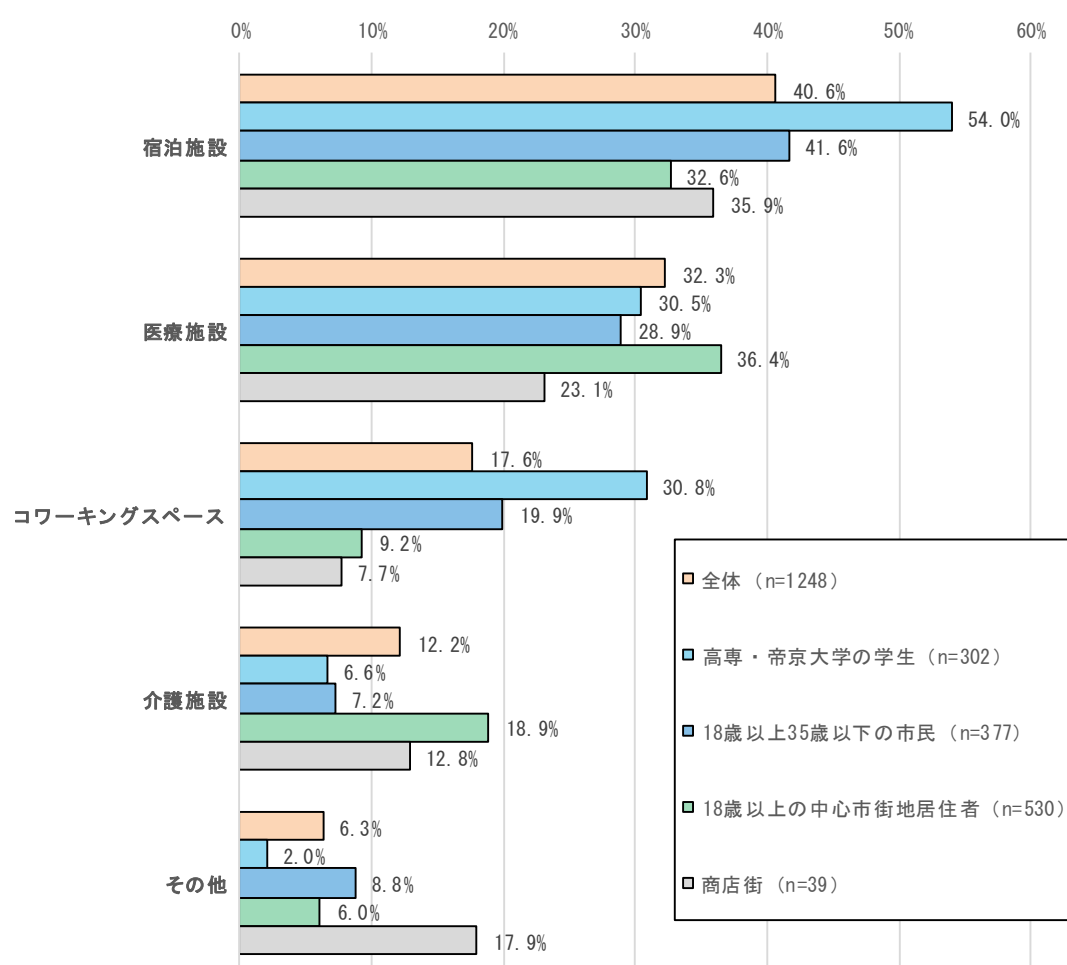
④その他

全体で見ると、「宿泊施設（40.6%）」が最も高く、次に「医療施設（32.3%）」が続いている。

「中心市街地内居住者」では、「医療施設（36.4%）」や「介護施設（18.9%）」の割合が、他の対象者と比べて高い。一方で、「高専・帝京大学の学生」では、他の対象者と比べ「コワーキングスペース（30.8%）」の割合が高く、反対に「介護施設（6.6%）」が低い。

中心市街地には、「宿泊施設」が幅広い世代で求められているが、「医療施設」や「コワーキングスペース」などは、居住地や世代によって、求めるものが異なることが伺える。

■【その他】中心市街地に充実して欲しい商業機能・サービス



本設問の対象	18歳以上の中心市街地内居住者	18歳以上35歳以下	高等教育機関		商店街振興組合等加入者
			有明高専	帝京大学	
	○	○	○	○	○

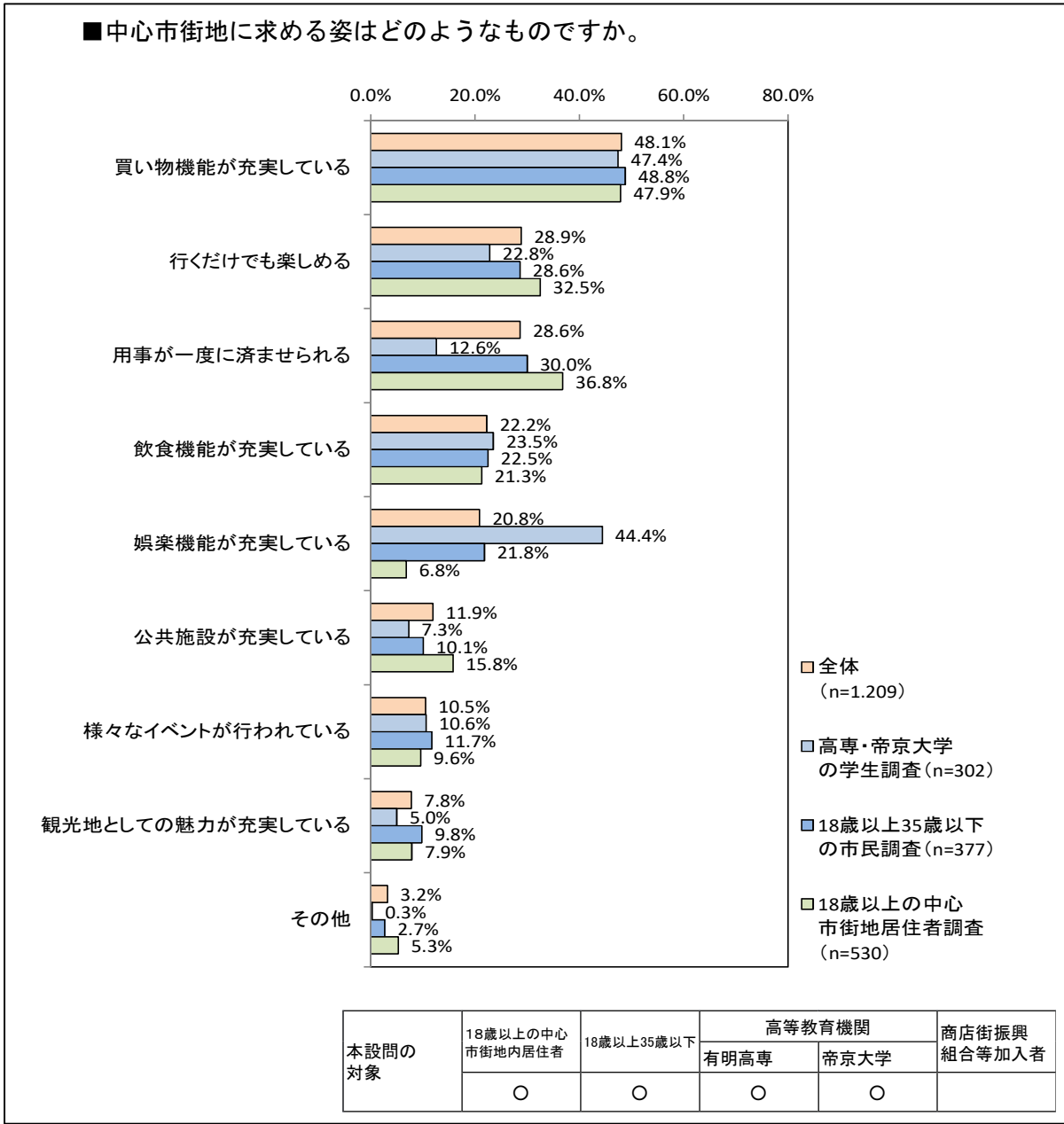
⑤求める姿

全体で見ると、「買い物機能が充実している（48.1%）」が最も高く、これに「行くだけでも楽しめる（28.9%）」、「用事が一度に済ませられる（28.6%）」が続いている。

「中心市街地内居住者」では、「行くだけでも楽しめる（32.5%）」や「用事が一度に済ませられる（36.8%）」の割合が、他の対象者と比べて高くなっている。

一方で、「高専・帝京大学の学生」では、他の対象者と比べて、「娯楽機能が充実している（44.4%）」の割合が高く、反対に、「行くだけでも楽しめる（22.8%）」の割合が低くなっている。

中心市街地には、「買い物機能が充実している」が幅広い世代で求められているが、若い世代では、「娯楽機能の充実」が求められていることが伺える。



⑥まとめ（考察）

中心市街地に求められるものを見ると、「食べる」では、すべての対象者において、「レストラン・飲食店」や「カフェ・スイーツ店」の割合が高くなっている。

「中心市街地の居住者」では、他の対象者と比較して、「惣菜・弁当屋」の割合が高く、「カフェ・スイーツ店」の割合が低くなっている。

このことから、「カフェ・スイーツ店」は、市内居住者や若者を集客する機能・要素であることが伺える。

「買う」では、「中心市街地居住者」では、「生鮮食品店」や「スーパー」など、最寄り品が求められている。

一方で、「18～35 歳以下の市民」や「高専・帝京大学の学生」の若い世代では、「衣料品」や「生活雑貨」を求める割合が高くなっている。若い世代では、最寄り品よりも買回り品が上位となっており、集客するための重要な機能・要素であることが伺える。

「楽しむ」では、すべての対象者において、「イベント」の割合が高くなっている。

一方で、「高専・帝京大学の学生」では、「ゲームセンター等の娯楽施設」を特に求めており、若い世代が中心市街地を訪れるための重要な機能・要素であることが伺える。

「その他」では、すべての対象者において、「宿泊施設」の割合が高くなっている。

一方で、「医療施設」や「コワーキングスペース」、「介護施設」は、世代によって求めるものが異なることが伺える。

「求める姿」では、すべての対象者において、「買い物機能が充実している」の割合が高くなっている。

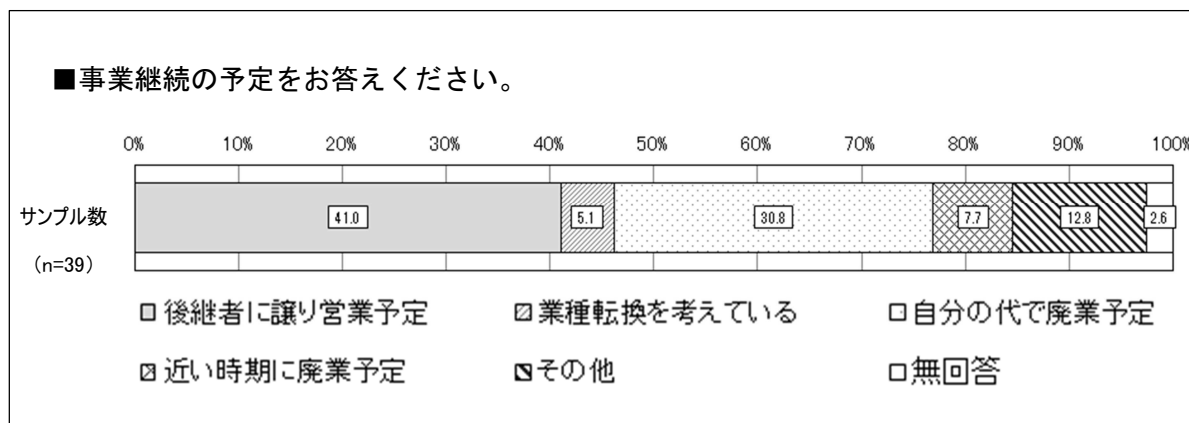
こうした中、「中心市街地の居住者」では「用事が一度に済ませられる」、「高専・帝京大学の学生」では「娯楽機能が充実している」の割合が高いなど、求める姿は、居住地や世代で異なることが伺える。

以上のことから、中心市街地に求める姿は、幅広くニーズがあるものと、居住地や世代で分かれるものがあり、ターゲットを想定した中で、テナントを誘致する必要があると考えられる。

(3) 商店街の現状

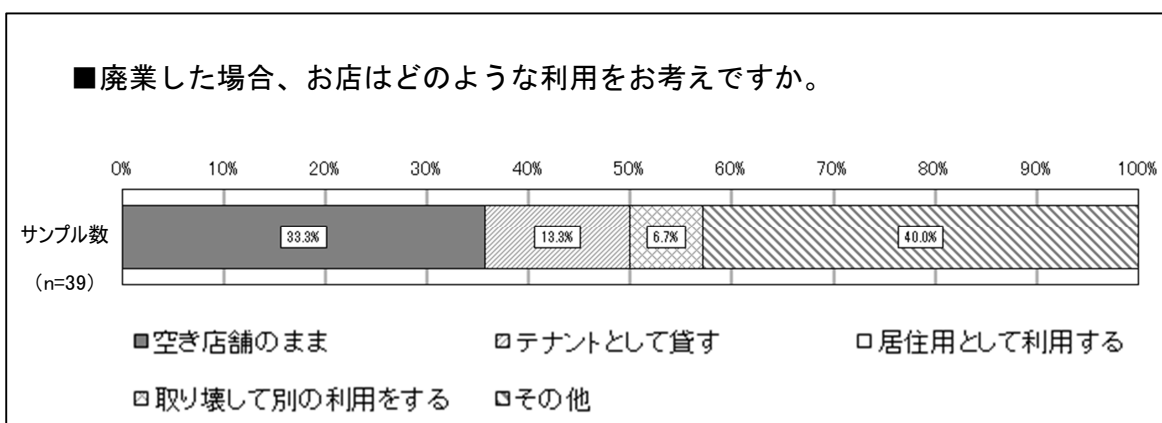
①事業継続の予定について

「後継者に譲り営業予定（41.0%）」が最も高く、「業種転換を考えている（5.1%）」と併せると、事業継続予定の事業者が46.1%となっている。廃業を予定している事業者は、「自分の代で廃業予定（30.8%）」が最も高く、「近い時期に廃業予定（7.7%）」と併せると38.5%となっている。



②廃業した場合の店舗活用について

「その他（40.0%）」が最も高いが、その要因は、自己所有でないためと思われる。次いで「空き店舗のまま（33.3%）」となっている。また、「居住用として利用する」の回答はなく、「テナントとして貸す（13.3%）」と「取り壊して別の利用をする（6.7%）」を併せると、2割（20.0%）となっている。

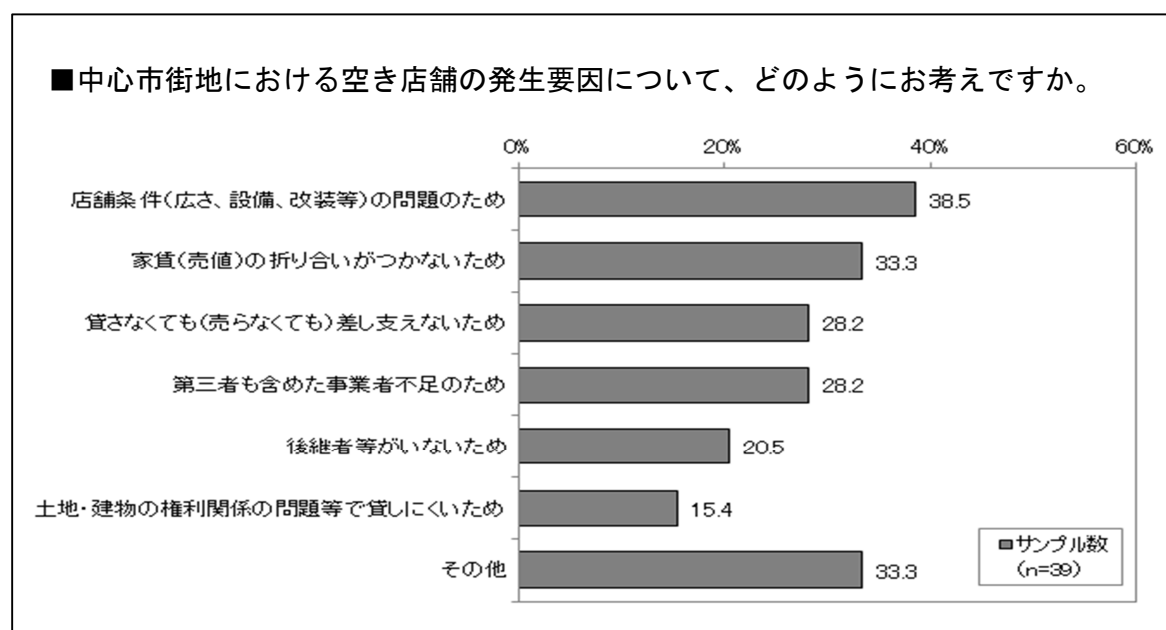


③空き店舗の発生要因について

「店舗条件（広さ、設備、改装等）の問題のため（38.5%）」が最も高く、次いで、「家賃（売値）の折り合いがつかないため（33.3%）」、「貸さなくても（売らなくても）差し支えないため（28.2%）」、「第三者も含めた事業者不足のため（28.2%）」となっている。

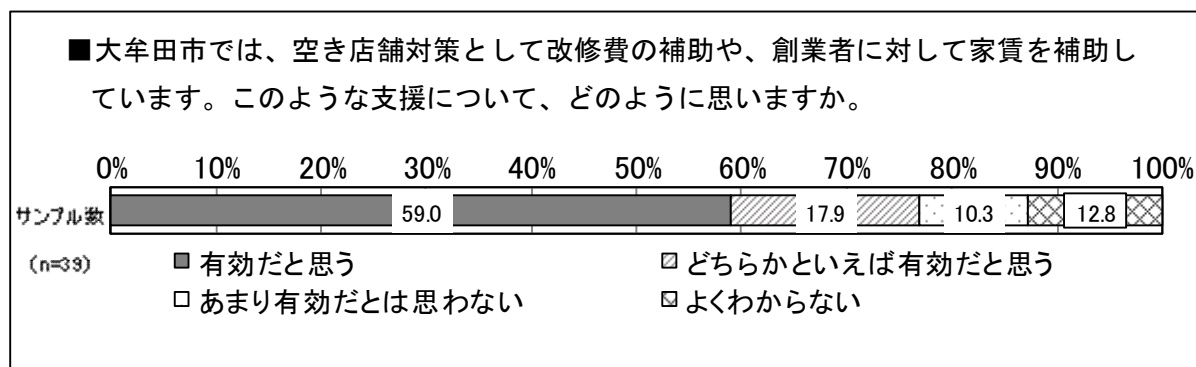
「店舗条件」や「家賃の折り合いがつかない」、「貸さなくても（売らなくても）差し支えないため」が空き店舗発生原因として捉えられており、借り手、貸し手の両方に課題があることが伺える。

その他の意見として、「中心市街地に賑わいが不足」や「駐車場が少ない」などの意見があった。



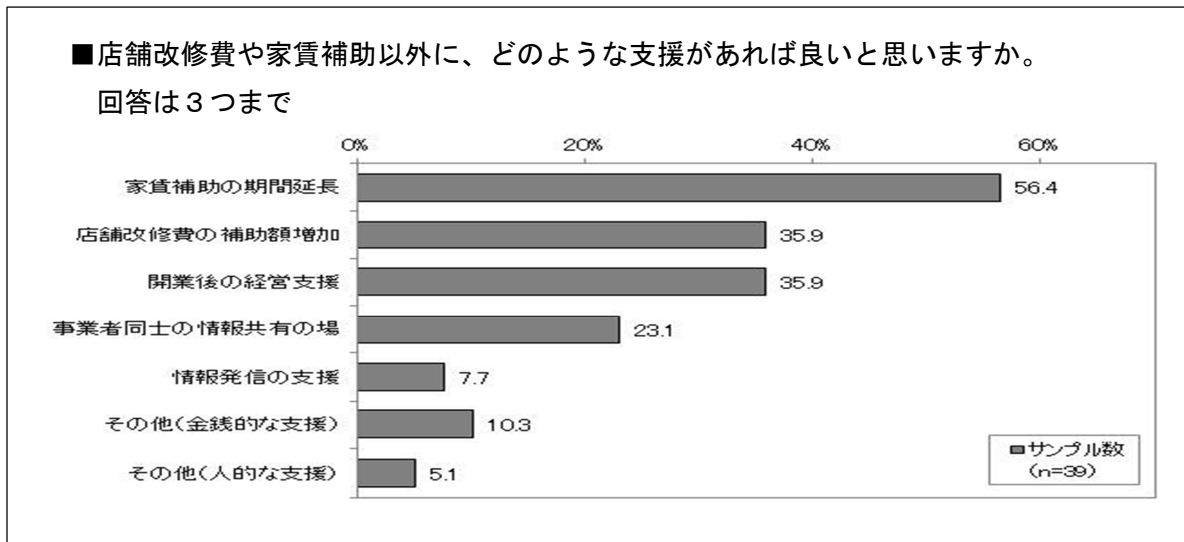
④市の空き店舗対策について

「有効だと思う（59.0%）」が最も高く、「どちらかといえば有効（17.9%）」と併せると、7割以上（76.9%）となっている。



⑤その他支援について

「家賃補助の期間延長（56.4%）」が最も高く、次いで、「店舗改修費の補助額増加（35.9%）」、「開業後の経営支援（35.9%）」となっている。



⑥まとめ（考察）

「事業継続の予定」では、後継者への譲渡や業種転換により、事業継続を予定している事業者が約半数となっている。

一方で、「廃業した場合の店舗活用」では、約3割が「空き店舗のまま」と回答しており、「空き店舗が発生する要因」は、「店舗条件（広さ、設備、改装等）の問題」や「家賃（売値）の折り合い」、「貸さなくても（売らなくても）差し支えない」が上位を占めており課題となっている。

市の支援制度においては、7割以上が、概ね有効と回答している中、現在の支援制度（家賃補助、店舗改修費補助）に加えて、「開業後の経営支援」や「事業者同士の情報共有の場」への支援が求められている。

【 発 行 】

大牟田市 産業経済部 産業振興課 商業・サービス業支援担当

〒836-8666 大牟田市有明町2丁目3番地

TEL : (0944) 41-2762 FAX : (0944) 41-2751

ホームページ : <https://www.city.omuta.lg.jp>